

известных представителей всех сфер деятельности, внесших существенный вклад в развитие культурной и общественной жизни не только России, но и Западной Европы (просветительская функция), наконец – развлекала читателя, включая в структуру издания литературные отделы, странички юмора, публикуя карикатуры, фельетоны, кроссворды, шарады (гедонистическая функция).

Во многом именно благодаря появлению новых типов изданий разного целевого назначения изменился характер отечественной журналистики, она стала разнообразной по тематике и многофункциональной по назначению.

УДК 070.11 + 004.032.6 + 008

Кадырова Г. Х.
Астраханский государственный университет

ФРЕЙМЫ ДЕЙСТВЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ МЕДИАСФЕРЕ

Аннотация: Данная статья посвящена фреймам действенности журналистских выступлений в российской медиасфере. Действенность как форма результативности была зафиксирована документально в советской прессе. Именно с этого момента начинают формироваться медиафреймы, определяющие структурное и содержательное наполнение категории действенности журналистских выступлений. В советских изданиях медиафреймы были выражены в рубриках и страницах действенности. В настоящее время действенность имеет ценностное значение для представителей медийной отрасли и занимает важное место в коммуникативно-культурной памяти аудитории и социальных институтов.

Ключевые слова: *действенность журналистских выступлений, результативность журналистики, рубрики, медиафрейм.*

Kadyrova G. Kh.

FRAMES OF THE EFFECTIVENESS OF JOURNALISTIC PERFORMANCES IN THE RUSSIAN MEDIA SPHERE

Abstract: This article is devoted to the frames of the effectiveness of journalistic performances in the Russian media sphere. The effectiveness as a form of productivity was documented in the Soviet press. It is from

this moment that media frames began to form, defining the structural and substantive content of the effectiveness category of journalistic performances. In the Soviet newspapers media frames were expressed in rubrics and pages of the effectiveness. Currently, the effectiveness has a value for representatives of the media industry and occupies an important place in the communicative and cultural memory of the audience and social institutions.

Keywords: *effectiveness of journalistic performances, productivity of journalism, rubrics, media frame.*

Действенность журналистских выступлений – это одна из форм результативности СМИ, которая выражается в конкретных действиях со стороны социальных институтов на критическое содержание публикаций, затрагивающих проблемные ситуации. Результативность журналистской практики имеет непосредственные истоки в истории российских массмедиа. Так, важность действенности журналистских выступлений была впервые зафиксирована в резолюции «О партийной и советской печати», принятой на VIII съезде РКП в 1919 г. Проявление действенности в прессе стало одной из центральных задач советской газеты, простая констатация фактов и описание кризисных ситуаций были недопустимы – газета обязана была предпринять конкретные действия. Категории действенности отвечал и лозунг самокритики, провозглашенный в политическом курсе КПСС, а после 1930 г. проявившийся в прессе.

Именно с этого момента начинается процесс определения и содержательного наполнения медиафреймов, связанных с действенностью журналистских выступлений. Фрейм позволяет сформулировать рамки и структурные компоненты, которые входят в исследуемое понятие: «В основе медиатекста (публикации СМИ) лежит медиафрейм, который активизирует у аудитории когнитивную схему интерпретации описываемого вопроса. Медиафрейм – это ключевая идея “интерпретирующего медиапакета”, приписывающего теме медиатекста специфические социокультурные смыслы» [3, с. 63].

Медиафреймы, определяющие категорию действенности журналистских выступлений, проявились, прежде всего, в названиях рубрик и полос советских изданий, которые были направлены на подчеркивание результативных итогов своих выступлений. Анализ отечественных изданий XX века позволил выделить следующие формулировки: «Газета выступила. Что сделано?», «Меры приняты», «По следам писем», «По нашим сигналам», «По твоему сигналу, читатель», «Жалобная книга», «Голос народного контроля», «Читатели

предлагают», «Острый сигнал», «Письмо с комментарием», «Требует вмешательства», «Спрашивают – отвечаем», «Возвращаясь к напечатанному», «Редакция требует», «Страница действенности». Подобные медиафреймы нацеливали аудиторию на определенное восприятие не только самого контента СМИ, но и образа журналистов и редакции. Именно с данными медиафреймами в отечественном сознании связаны образы «редакции как последней инстанции» и «журналиста как борца за справедливость». Фреймы, заключенные в названиях рубрик и полос, настраивали читателей на определенные аудиторные ожидания, формировали положительное восприятие контента СМИ: «Взаимодействуя каждый день, они неосознанно формируют своеобразные практики, которые в будущем снова с успешностью применяют. Подобные практики в результате постоянного повторения закрепляются в сознании и создают так называемый “фрейм”» [1]. Фреймы действенности журналистских выступлений сформировали определенные паттерны поведения у аудитории и социальных институтов, которые, в частности, зафиксированы в понимании и значимости публичной подотчетности властных структур по отношению к обществу посредством массмедиа.

Стоит отметить, что направленность усилий редакций СМИ на результат безусловно связана и с гуманитарным характером профессии. Выделение в ряду основных функций СМИ, наряду с базовыми – информационной и коммуникативной, группы аксиологических функций – социализации, познавательной, духовно-идеологической, мировоззренческой и пр. – позволяют говорить о том, что нацеленность на действенность выступлений заложена в самой природе журналистики. Таким образом, категория действенности медиатекстов представляется ценностной составляющей журналистской деятельности.

Отсюда следует сделать вывод, что медиафреймы действенности могут быть изучены с разных позиций: например, с точки зрения теории журналистики – как ценностная характеристика журналистской профессии. С позиции истории журналистики действенность медиавыступлений представляется встроенной в систему советской прессы, что нашло отражение в структуре рубрик, а также в конкретном содержательном наполнении полос. Если говорить об актуальности данных медиафреймов в настоящее время, то следует обозначить, что действенность журналистской деятельности уже не зафиксирована на документальном уровне, однако она присутствует в профессиональном сознании журналистов. На это, в частности, указывают различные конкурсы журналистского мастерства, направленные

на выявление и поддержку редакций, которые своими выступлениями повлияли на разрешение критических ситуаций (например, конкурс действенной журналистики «Включите свет», регулярно проводимый Альянсом независимых региональных издателей России). Кроме этого, в различных региональных СМИ сохранились рубрики действенности, которые направлены на обратную связь с аудиторией, акцентирование внимания общественности на результатах критических публикаций журналистов (например, газета Краснодарского края «Вольная Кубань», издание Самарской области «Социальная газета»).

Интересно отметить, что опрос читателей региональных СМИ [2] позволил обратить внимание на то, что понятие «действенности журналистских выступлений» воспринимается современными читателями с трудом и, скорее, на ассоциативном уровне наряду с понятиями журналистское расследование, эффективность и пр., тогда как популярное название рубрик советских изданий, ставшее уже медиафреймом, «Газета выступила. Что сделано?» вызывает в коммуникативно-культурной памяти аудитории положительные образы, формирует причинно-следственные связи между критическими ситуациями и их медийным отражением, а также подталкивает граждан и политиков к конкретным действиям.

Таким образом, медиафреймы действенности журналистской деятельности, структурно и содержательно определенные еще в советское время, сегодня уже воспринимаются аудиторией и профессиональным сообществом на ценностном уровне. Это позволяет говорить о преемственности традиций отечественной журналистики и медийной памяти читательских поколений.

Литература

1. Волохович А. Теория фреймов: просто о сложном [Электронный ресурс] // Thewall. 2017. URL: <http://thewallmagazine.ru/frame/> (дата обращения: 15.03.2019).
2. Кадырова Г. Х. Оценка действенности журналистских выступлений: анализ результатов экспертного опроса // Новые контуры социальной реальности : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (VII Северо-Кавказские социологические чтения, Ставрополь, 14 нояб. 2018 г.). Ставрополь, 2018. С. 49–50.
3. Пономарев Н. Ф. Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2010. № 3. С. 62–67.